

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI
ULANG KOSMETIK WARDAH
(Studi Empiris pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

JIEMI NIKI PUTRI

B 100 140 412

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

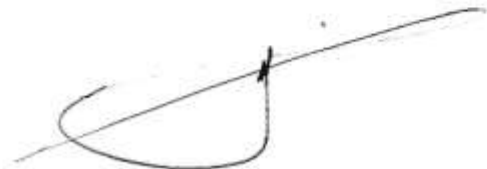
Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI
ULANG KOSMETIK WARDAH**
(Studi Empiris pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis dan disusun oleh :

JIEMI NIKI PUTRI
B100140412

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 22 Januari 2018
Pembimbing Utama



(Drs. Wiyadi, M.M. Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **JIEMI NIKI PUTRI**
NIM : **B100140412**
Jurusan : **MANAJEMEN**
JudulSkripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG
KOSMETIK WARDAH (Studi Empiris pada
Mahasiswi Universitas Muhammadiyah
Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 22 Januari 2018
Yang membuat pernyataan,



JIEMI NIKI PUTRI
B100140412

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain), dan hanya kepada Allah SWT kamu berharap”.

(Q.S. Al-Insyirah : 6-8)

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikanya dengan baik”

(HR. Thabrani)

Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak.

(Ernest Newman)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini dengan
rasa cinta dan kasih untuk :

- ❖ Allah SWT atas Dzat dan Maha Segalanya
didunia ini, yang senantiasa melimpahkan
rahmat, berkah, dan kasih sayangNya.
- ❖ Bapak dan Ibu serta Kakak-kakakku atas doa,
kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan
dalam mendidik dan membesarkan penulis.
- ❖ Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan
semangat dan doa kepada penulis.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG KOSMETIK WARDAH

(Studi Empiris pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, citra merek, dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang kosmetik Wardah. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Alat analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan citra merek dan *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang kosmetik Wardah. Penelitian selanjutnya supaya menambah variabel independen lain seperti, daya tarik promosi, asosiasi merek, kepercayaan merek dan lain-lain.

Kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek, *word of mouth*, minat beli ulang.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price, brand image, and word of mouth on Wardah's cosmetic repurchase intention. This type of research is a quantitative research. The population in this study is all female students in Muhammadiyah University of Surakarta who use Wardah cosmetics. The sampling technique used purposive sampling method with the sample of 100 respondents. Technique of collecting data using questionnaire method. Data analysis tool in this research use doubled linear regression. The results of this study indicate that product quality and price have significant effect on repurchase intention, while brand image and word of mouth have no significant effect to Wardah cosmetics repurchase intention. Subsequent research to add other independent variable such as, the attractiveness of promotions, brand association, brand trust and others.

Keywords: *product quality, price, brand image, word of mouth, repurchase intention.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaannirrohim

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah (Studi Empiris Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Drs. Wiyadi, M.M, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tuaku Bapak Sardi dan Ibu Sumini tercinta terimakasih selalu memberikan kasih sayangnya dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta selalu memberikan doa dan nasehat demi keberhasilan penulis.
6. Kakakku tersayang Yani Eko Susilo, S.H.,L.LM dan Dedy Rudianto, S.Farm terimakasih atas dukungan dan doanya demi keberhasilan penulis.
7. Sahabat-sahabat seperjuanganku Dhanik Endah Sariningsih, Dwi Ferawati, Julia Wahyu Ciptaningrum, Nunung Lestari, Yunita Noor Felita, Ajeng Rara Sugesti, Sari Winanthi, dan Ani Safitri Mandarima dan seluruh teman-teman manajemen kelas J angkatan 2014 atas bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Anisa Ekape, Cindy Permata, Hana Izdiyar, Dea Fitriyana, Tika Rochmawati, Nuril Hidayah, Yulita Ajeng, Novita Dewi, Siska Tiara terimakasih atas semangat dan doanya.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga

skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Surakarta, 22 Januari 2018

Penulis,

Jiemi Niki Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Minat Beli Ulang	9
2. Kualitas Produk	15

3. Harga	18
4. Citra Merek.....	21
5. <i>Word of Mouth</i>	23
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	27
C. Pengembangan Hipotesis.....	31
1. Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	31
2. Harga terhadap Minat Beli Ulang	32
3. Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	33
4. <i>Word of Mouth (WOM)</i> terhadap Minat Beli Ulang	34
D. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Populasi dan sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	36
3. Penentuan jumlah sampel.....	37
B. Teknik Pengumpulan Data	38
C. Data dan Sumber Data	39
1. Data Primer.....	39
2. Data Sekunder	39
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
E. Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Karakteristik Responden	51

B. Uji Instrumen Data	53
C. Uji Asumsi Klasik.....	56
D. Pengujian Hipotesis	59
E. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Keterbatasan Penelitian	67
C. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden	51
Tabel 4.2 Uang Saku Responden	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	55
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	57
Tabel 4.10 Hasil Multikolinieritas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Analisis Linier Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	35
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Hipotesis